

## Evolution de la consommation de viande bovine en Belgique

*B. DUQUESNE et Ph. LEBAILLY*

*Unité d'Economie et Développement rural, Faculté universitaire des Sciences agronomiques, 5030 Gembloux (Belgique)*

**RESUME** - L'analyse quantitative du comportement d'achat des consommateurs se révèle de plus en plus importante pour les producteurs agricoles. Dans un contexte économique qui pénalise les excédents et où les marges bénéficiaires sont de plus en plus restreintes, cibler voire mieux anticiper la demande s'avère indispensable.

Dans cette optique, les auteurs se sont attachés à analyser les mutations qui se sont opérées dans la consommation de viande bovine en Belgique à partir des données statistiques disponibles. Après avoir caractérisé succinctement les bases de données disponibles, sont présentés les résultats établis à partir des bilans d'approvisionnement calculés par le Centre d'Economie Agricole et de deux panels de consommateurs (l'un public et l'autre privé). Les auteurs concluent sur la disparité des outils statistiques et sur la difficulté de disposer de données quantifiées actuelles susceptibles de mettre en évidence les changements dans les habitudes de consommation et l'impact des crises qui ont frappé le secteur des productions animales au cours des dernières années.

## Evolution of bovine meat consumption in Belgium

*B. DUQUESNE et Ph. LEBAILLY*

*Economics and rural development Unit, Gembloux Agricultural University, 5030 Gembloux (Belgium)*

**SUMMARY** - The quantitative analysis of consumer buying behaviour proves to be increasingly important insofar as agricultural producers must produce to sell. In this context, the authors analyze the changes which took place in the beef consumption in Belgium starting from the statistical data available. After having characterized briefly the databases available, the results are presented for the evolution of beef consumption based on the supply balance sheets established in Belgium by the Agricultural Center of Economics and two panels of consumers (one public and the other private). The authors conclude that there is a disparity in statistical tools and state the difficulty in having current quantified data capable of highlighting the changes in spending patterns and the impact of the crises which hit the livestock production sector in recent years.

## INTRODUCTION

La consommation de viande bovine dans l'Union européenne a subi au cours du temps des évolutions importantes et les crises récentes ont été les catalyseurs des modifications dans les comportements d'achat des consommateurs européens. La Belgique n'échappe pas à cette tendance même si ce petit pays a des spécificités propres qui ont permis une certaine forme de segmentation du marché avec la prédominance de la race Blanc-Bleu-Belge à l'étal des boucheries et dans les rayons "boucherie" de la grande et de la moyenne distribution. L'objectif de cet article est de caractériser l'évolution de la consommation de viande bovine en Belgique à partir des données statistiques disponibles. Les auteurs s'attachent tout d'abord à préciser les données qui sont disponibles au niveau de la Belgique pour quantifier la consommation de viande bovine. Ils insistent sur les limites liées à l'utilisation des différentes sources statistiques. Ensuite, les résultats sont analysés à la fois dans le cadre d'une évolution à long terme et dans le cadre plus récent des crises successives qui ont touché la Belgique.

## 1. MATERIEL ET METHODES

L'analyse de l'évolution de la consommation de la viande bovine est conditionnée par les sources d'informations disponibles en Belgique. Celles-ci doivent être considérées distinctement selon qu'elles relèvent d'une approche basée sur les bilans d'approvisionnement ou qu'elles sont établies à partir d'un panel.

Les bilans d'approvisionnement en produits agricoles de base ont été établis annuellement en Belgique par le Centre d'Economie agricole (CEA) du Ministère fédéral de l'Agriculture jusqu'en 2000. Ce type de statistiques, basées sur l'estimation des quantités produites sur le territoire national ainsi que sur le solde du commerce extérieur, fournit une estimation des quantités apparemment consommées par personne et par an. Le qualificatif "apparent" provient du fait qu'il s'agit là d'une estimation portant sur des quantités de matière première à l'état brut (ou semi-brut) qui ne sont pas nécessairement directement consommées par la population mais entrent – en partie ou en totalité, suivant les produits – dans la filière agroalimentaire. Dès lors, les données de consommation issues des bilans d'approvisionnement servent essentiellement à observer l'évolution globale au cours du temps de l'utilisation des produits agricoles de base et permettent également d'opérer des comparaisons spatiales, par exemple entre Etats Membres de l'Union Européenne.

Selon Lagrange (1995), le panel, terme anglo-saxon, est un échantillon permanent de ménages, d'individus, de magasins, d'entreprises, etc. qui sert à recueillir des informations. En Belgique, il existe différents panels de consommateurs constitués soit au niveau public soit par des sociétés privées. Jusqu'à fin 1991, le Centre d'Economie Agricole a recueilli des données sur les achats ménagers, en quantités et en valeurs, d'un panel des consommateurs regroupant environ 3 000 ménages représentatifs de la population belge. Le panel avait été créé à l'usage des organismes et des associations de producteurs convaincus de la nécessité de plus en plus grande de l'étude de marché en tant que base objective des décisions à prendre et de

l'élaboration d'une politique agricole efficace. Au début des années 90, l'IEA a subi une restructuration et le panel a été abandonné. Le relais a été pris en quelque sorte par l'Institut National de Statistique qui dans le cadre de l'enquête sur le budget des ménages a constitué un panel omnibus. Depuis novembre 1998, cette enquête s'effectue d'une manière permanente : 420 ménages sont interrogés chaque mois. Cette enquête fournit les dépenses en valeur mais non en volumes pour près de 300 produits alimentaires.

Au niveau privé, les panels pour les achats alimentaires disponibles en Belgique sont gérés par deux grandes sociétés d'étude de marché et de recherche en marketing : le groupe GfK et le groupe NIELSEN.

Le panel GfK est aujourd'hui la référence la plus utilisée. Il se base sur un échantillon de ménages qui transmettent régulièrement des informations sur leurs achats au moyen d'un lecteur de code-barres installé à domicile, dans le but d'étudier le comportement d'achat envers les marques et les enseignes.

Le groupe Nielsen étudie la consommation alimentaire par l'intermédiaire de deux panels. Le panel distributeur est un échantillon permanent de points de vente de détail – en l'occurrence de la grande distribution – permettant de suivre de façon continue et à intervalles réguliers l'écoulement des produits de grande consommation, à travers les différents circuits de distribution. D'autre part, le service "Home panel" de Nielsen est une étude consommateurs continue basée sur un échantillon représentatif de ménages. Les ménages envoient chaque semaine les tickets de caisse. Des résultats sont ensuite extraits sur base de la valeur totale des tickets.

Ce bref état des lieux montre la disparité des sources et la difficulté d'analyser l'évolution de la consommation des produits alimentaires et de la viande bovine en particulier dans un cadre cohérent et sur le long terme. On soulignera cependant l'harmonisation entamée au niveau européen sous l'égide de l'Office statistique (EUROSTAT) pour l'établissement des bilans d'approvisionnement et pour l'enquête sur les budgets des ménages. L'exploitation de ces sources de données a donc été privilégiée dans le cadre de cet article.

## 2. RESULTATS

A partir des bilans d'approvisionnement, nous pouvons disposer de chiffres sur la consommation de viande pour différentes espèces animales. L'analyse des données montre que la consommation globale de viande est restée relativement stable au cours des deux dernières décennies, tant au niveau européen que belge, malgré les crises alimentaires successives. Elle s'élevait à environ 90 kg par habitant et par an au début des années 80 et a peu évolué lorsque l'on compare ce niveau à celui qui prévaut aujourd'hui. On notera cependant que cette consommation globale de viandes a connu une période de croissance d'environ 10 % entre 1991 et 1996. Depuis 1996, après le fléchissement enregistré suite aux crises successives qui ont touché le secteur des productions animales en général, on assiste à l'amorce d'une reprise.

Les trois principales espèces animales consommées sont les porcs, les bovins et les volailles, qui représentent

environ 90 % du total. Mais sur la période 1980 à 2001, la répartition entre les viandes de ces trois espèces s'est notablement modifiée. On constate une baisse régulière de la consommation de viande bovine (- 30 %), une croissance régulière de celle de viande porcine (+ 25 %) et une forte hausse – particulièrement marquée au cours des 10 dernières années – de celle de volaille (+ 50 %). En termes absolus, la viande porcine domine largement les deux autres catégories avec environ 50 kg d'équivalent carcasse par habitant et par an, soit approximativement la moitié de la consommation moyenne de viande toutes catégories confondues.

L'analyse de ces chiffres montre que la réduction de la consommation de viande bovine ne peut pas entièrement être imputée aux crises BSE et dioxine en Belgique. Selon nous, en plus d'un effet prix déjà connu qui est défavorable au bœuf depuis longtemps, l'explication doit aussi être recherchée dans les modifications des habitudes de consommation au cours des dernières décennies et du mauvais positionnement de la viande bovine par rapport aux nouvelles attentes du consommateur. Le bœuf reste un produit traditionnel aux yeux de la plupart des ménages belges. Contrairement à la viande porcine et à la volaille, il est très peu incorporé dans les préparations culinaires qui sont aujourd'hui très prisées par les jeunes consommateurs. Nous devons constater que le "bœuf" est distribué et consommé sous un nombre limité de types de produits qui restent bruts alors que les gammes de produits transformés sont bien plus étendues dans les filières volaille et porc. Or, la plus forte consommation de viandes en Belgique se fait sous forme de charcuterie.

La diminution de la consommation de viande bovine et les crises successives se sont accompagnées d'un réflexe d'autodéfense collective des professionnels du secteur bovin induit par une crise médiatisée parfois à outrance. A l'heure où l'on observe une reprise de la consommation, il convient d'insister sur la nécessité d'une prise de conscience sur des orientations stratégiques qui retiennent les leçons du passé et qui prennent mieux en considération les évolutions rapides du modèle de consommation et des habitudes alimentaires.

A quelques nuances près concernant les substitutions "viande à braiser ou bouillir" par la viande hachée, les modes de consommation de la viande bovine restent globalement assez proches de ceux qui prévalaient il y a dix ou vingt ans. Cette image traditionnelle dans les formes de consommation assimile la viande bovine à une activité "produit unique". L'absence de diversification fragilise le secteur qui est davantage vulnérable à toute attaque en terme d'image.

Dans un contexte de prix relatif élevé par rapport aux autres viandes, la défense des parts de marché de la viande bovine passe par l'identification de produits nouveaux, adaptés à l'évolution du mode de consommation et des circuits de distribution et permettant la valorisation des carcasses. Les enjeux de la recherche en matière d'innovation de produits carnés sont donc multiples.

Des pistes sont à envisager pour la **valorisation des carcasses** (quartier avant, viande de moins bonne catégorie) : viande de bœuf restructurée, attendrie, intégration dans des plats cuisinés...

De même, la **diversification de la distribution** doit être prise en compte : parallèlement à l'expansion de la grande distribution, s'est développée la gamme des portions

unitaires de viande fraîche (portions de muscles conditionnés en industrie, parfois sous marque industrielle ou propre au distributeur). La restauration hors domicile (RHD) s'avère un débouché toujours important pour la filière : la recherche de technologies innovantes devra permettre de répondre aux demandes spécifiques de la RHD (viandes précuites, cubes de viandes congelées, ...).

Enfin, la mise en évidence des **nouvelles attentes des consommateurs** par l'analyse de l'évolution de leurs comportements s'avère un outil décisionnel important dans la stratégie de production.

Comme le soulignent Barré, Sans (2003) et Mainsant (2002), la consommation alimentaire en général et de viande en particulier s'articule aujourd'hui autour de trois tendances principales : une préoccupation croissante pour la **santé** (naturalité de l'élevage, référence au territoire ou à la race traditionnelle, sécurité du produit, qualité nutritionnelle), une aspiration croissante au **temps libre** se traduisant par une réduction des fréquences d'achat ainsi que du temps de préparation culinaire (durée de conservation, facilités de préparation et rapidité de cuisson du produit), une recherche de la **diversité** (abandon du repas "classique", émergence de recettes exotiques). Il convient d'y ajouter l'importance que les consommateurs apportent à l'**éthique** de la production (bien-être des animaux, environnement). Les modifications des attentes des consommateurs ont entraîné des démarches de segmentation chez les producteurs (race et terroir : "La bleue des prés", nutrition et santé : "viande de bœuf enrichie en oméga 3") et chez les distributeurs ("filiales de qualité", certifiées par les distributeurs eux-mêmes répondant à des cahiers de charges propres, garantissant une traçabilité totale).

Par rapport à ces évolutions globales, il est intéressant d'affiner l'analyse en étudiant les comportements d'achats selon des critères sociologiques, géographiques et économiques. Différentes caractéristiques sociologiques des ménages sont disponibles dans la base de données INS (Enquête sur le budget des ménages) à savoir le nombre de personnes par ménage, le nombre d'actifs, le nombre d'enfants, la catégorie socioprofessionnelle de la personne de référence et son âge. Nous nous proposons de présenter les résultats de l'analyse pour la dernière année disponible et pour trois de ces variables : le nombre de personnes par ménage, l'âge de la personne de référence et son statut socioprofessionnel. Les chiffres sont extraits de l'étude de faisabilité pour la création d'un panel des consommateurs en Région wallonne (Claustriau *et al.*, 2002).

Les dépenses moyennes annuelles en viande de bœuf, exprimées en valeur absolue, augmentent avec la **taille des ménages**, ce qui apparaît logique, mais les accroissements de classe en classe sont sensiblement différents de ceux mis en évidence pour la viande dans son ensemble. En particulier, l'écart relatif entre la moyenne des dépenses des ménages de 1 personne et la moyenne générale par ménage moyen est nettement plus faible pour la viande de bœuf que pour la viande en général.

On constate également que la proportion du bœuf dans le total de la viande consommée décroît de façon sensible avec la taille du ménage, c'est à dire avec la présence d'enfants en outre plus nombreux dans les familles de statut socioprofessionnel moins aisé. La différence est

particulièrement nette entre, d'une part, les ménages d'une personne pour lesquels le rapport "bœuf / viande" est de 23,4 % et, d'autre part, les autres classes dans lesquelles ce rapport varie de 16,3 % (2 personnes) à 12,4 % (6 personnes et plus). Du point de vue des dépenses totales, ce sont les ménages de deux personnes qui représentent la plus grande part de la consommation belge en viande de bœuf.

Selon l'âge, les ménages dont la personne de référence est âgée de 20 à 29 ans sont en moyenne les moins dépensiers en ce qui concerne les achats de viande de bœuf. Les dépenses moyennes les plus élevées concernent les classes de "40 à 49 ans" jusqu'à "60 ans et plus", les différences entre ces classes étant faibles. On notera que le rapport des dépenses "bœuf / viande" est très nettement plus élevé dans la classe "60 ans et plus" (21,2 % contre de 12 à 15,2 % dans les autres classes). C'est également cette classe d'âge qui, globalement, effectue la plus grande part des dépenses totales en viande de bœuf (36 %).

Selon le **statut socioprofessionnel** de la personne de référence, les ménages dont la personne de référence est pré-pensionnée ou pensionnée sont, en termes de dépenses, les plus grands consommateurs de viande de bœuf – ce qui corrobore le point précédent. La catégorie "indépendant" présente une moyenne très similaire mais, en raison de la taille restreinte de ce groupe, elle est de moindre importance en termes de dépenses totales.

Ces quelques considérations basées sur l'exploitation d'une base de données complémentaire confirment le caractère traditionnel de la viande bovine dans les modes de consommation en Belgique.

Enfin, il nous a semblé intéressant d'analyser les modifications dans les comportements d'achat liés aux crises qu'a connues la Belgique. Mieux que les deux sources précédemment examinées, le panel GfK (dont nous ne disposons malheureusement des données que depuis 1999) permet d'analyser l'impact de ces crises sur les achats des ménages. Deux situations ont été étudiées : les conséquences de la crise ESB en fin 2000 en Belgique et les effets de la crise dioxine du printemps 1999. Les chiffres disponibles comparent les volumes d'achats pour différentes catégories de viande entre 1999 et 2000. Les données montrent une diminution sensible en 2000 pour le bœuf (- 2 %), le veau (- 6 %), le mouton (- 11 %) et les abats (- 23 %), et une hausse pour la viande de poulet (+ 6 %) et surtout pour les mélanges de viande (+ 12 %).

Alors que les consommateurs belges boudaient le "hamburger", ils continuaient de garnir leurs sandwiches

d'une préparation dénommée "américain", viande de bœuf hachée crue épicée et mélangée de sauce mayonnaise. Le consommateur a en quelque sorte réagi en privilégiant des formes de présentation des produits qui évitent le lien avec l'animal ! Dans le même temps, on observe un gain de parts de marché pour la distribution en boucherie traditionnelle par rapport aux ventes dans les supermarchés.

Les effets de crise de la dioxine ont été beaucoup mieux circonscrits et l'impact réel a porté sur une modification drastique des achats durant deux semaines seulement.

## CONCLUSION

Cette analyse montre la difficulté d'étudier les évolutions dans les comportements d'achat des consommateurs belges afin d'orienter stratégiquement les productions agricoles et de garantir des revenus décents pour les agriculteurs. Les données quantitatives indispensables à l'analyse des évolutions dans la consommation alimentaire font le plus souvent défaut ou ne sont pas publiques. On insistera sur la nécessité de pouvoir disposer d'outils statistiques élaborés tels que GfK ou NIELSEN en longue période, dont l'analyse permettrait de mieux cerner les axes à privilégier pour les producteurs afin de répondre aux attentes des consommateurs. Suite à la réforme de la politique de la Région wallonne en matière de promotion agricole, un observatoire de la consommation alimentaire a été mis en place depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2003. Il associe la Faculté Universitaire des Sciences Agronomiques de Gembloux et le CRIOC (Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs) .

**Barré, D., Sans, P. 2003.** Carrefour des productions animales, Gembloux, 8, 7-18

**Claustriau, et al. 2002.** Etude de faisabilité pour la création d'un panel des consommateurs en Région wallonne, Faculté universitaire des Sciences agronomiques de Gembloux, 38 p.

**Combris, P., Volatier, J.L. 1998.** Evolution des consommations et des comportements alimentaires.

**Combris, P., 1997.** La consommation des produits carnés en France : tendances et perspectives d'évolution. Viandes Prod. Carnés, 18, 29-46.

**Lagrange, L. 1995.** La commercialisation des produits agricoles et alimentaires, technique & documentation – Lavoisier Paris, 133

**Lebailly, Ph. et al. 2002.** Situation de la filière viande et produits de viande, Conseil Supérieur Wallon de l'Agriculture, de l'Agro-alimentaire et de l'Alimentation, 19p.

**Mainsant, P 2002.** Journées des Sciences du Muscle et Technologies de la Viande, Clermont – Ferrand, 9, E-COM3, 2p.